Dirección y estrategia de comunicación digital

Módulo	*Estrategia*
Materia/Asignatura	*Dirección y estrategia de comunicación digital*
Tipología	*Obligatoria*
Número de créditos ECTS	*6*
Modalidad	*Presencial*
Semestre	*1*
Lenguas en que se imparte	*Castellano y/o gallego*

Resultados de aprendizaje

CON01, CON05, CON06, HAB04, HAB05, HAB06, HAB08, HAB13, COM03, COM06, COM08

Contenidos *(Breve descripción)*

- ***Fundamentos de la dirección estratégica de comunicación:*** *Análisis de la alineación entre los objetivos corporativos y la estrategia comunicativa. Evolución de la dirección de comunicación en ecosistemas hiperconectados y su rol en la toma de decisiones directivas.*
- ***Integración digital en la estrategia global:*** *Gestión estratégica de los medios propios, ganados y pagados para la construcción coherente de la identidad y la marca corporativa.*
- ***Diseño del plan de comunicación digital:*** *Metodología avanzada para la estructuración de planes integrales: auditoría de la huella digital, definición de públicos objetivos, establecimiento de objetivos medibles y alcanzables, selección táctica y definición del presupuesto.*
- ***Tipologías de estrategias digitales:*** *Análisis de los diferentes enfoques estratégicos orientados a la captación, atracción y fidelización de públicos. Planificación de acciones comunicativas y gestión de contingencias en el entorno digital.*
- ***Auditoría de casos de éxito y buenas prácticas:*** *Análisis comparativo sectorial y evaluación crítica de campañas reales de comunicación digital. Identificación de tendencias de innovación estratégica en agencias y departamentos institucionales.*

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	***Horas***	***Presencialidad***
Seminarios*: Sesiones teórico-prácticas orientadas al análisis de metodologías de planificación estratégica, el estudio crítico de casos de éxito sectoriales y el debate sobre modelos de dirección de comunicación.*	*50*	*65%*

***Trabajo tutelado**: Elaboración autónoma y progresiva de un plan integral de comunicación digital para una marca u organización, contando con seguimiento y retroalimentación docente continuada.*	*90*	*10%*
***Presentación**: Exposición oral y defensa argumentada de las estrategias de comunicación diseñadas, simulando un entorno profesional de presentación de proyectos.*	*10*	*80%*

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *	
☒	***Seminario**: Sesiones dinámicas donde se introducen conceptos aplicados partiendo del análisis de experiencias previas, informes de referencia del sector y estudios de competencia. Se enfoca en la resolución colaborativa de problemas y el debate sobre casos de éxito reales para desarrollar el pensamiento estratégico.*
☒	***Trabajo tutelado**: Enfoque práctico y aplicado donde el estudiantado desarrolla de forma autónoma las diferentes fases de la planificación estratégica sobre una organización real, mentorizado mediante revisiones periódicas de progreso y viabilidad.*
☒	***Presentación**: Exposición y defensa estructurada de proyectos, sometiendo las propuestas al escrutinio, debate y evaluación constructiva.*

Sistemas de Evaluación *		
Sistema de evaluación	***Ponderación mínima***	***Ponderación máxima***
Trabajo	*50%*	*80%*
Observación sistemática	*10%*	*40%*
Presentaciones	*10%*	*40%*